

**PENGELOLAAN INDUSTRI KREATIF KERAJINAN
BLANGKON DI SERENGAN SURAKARTA**



**Disusun sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Strata I
Pada Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan**

**Oleh:
FANDY YUNianto WARDANI
A210170013**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGELOLAAN INDUSTRI KREATIF KERAJINAN BLANGKON DI SERENGAN
SURAKARTA**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

FANDY YUNianto WARDANI

A210170013

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Surakarta, 14 Agustus 2021

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, consisting of a long horizontal stroke followed by a loop and a vertical stroke, ending in a small arrowhead pointing upwards.

Dr. Djala Fuadi, M.M

NIDN. 0623045801

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGELOLAAN INDUSTRI KREATIF KERAJINAN BLANGKON DI
SERENGAN SURAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Fandy Yunianto Wardani

A210170013

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada hari Selasa, 31 Agustus 2021

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Djalal Fuadi, M.M.

(Ketua Dewan Penguji)

2. Dr. Suyatmini, M.Si.

(Anggota Dewan Penguji I)

3. Dr. Agus Susilo, M.Pd

(Anggota Dewan Penguji II)

(.....)

(.....)

(.....)

Surakarta, 31 Agustus 2021

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dekan,



Pro. Dr. Sutama, M.Pd.

0007016002

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 14 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



1000
METER
TEMPAL
18EAX301959397

Fandy Yunitomo Wardani

A210170013

PENGELOLAAN INDUSTRI KREATIF KERAJINAN BLANGKON DI SERENGAN SURAKARTA

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan pengelolaan industri kreatif kerajinan blangkon di Serengan Surakarta. Jenis penelitian ini adalah kualitatif *grounded theory*. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi: wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi. Teknik analisis data menggunakan data *reduction*, data *display*, *conclusion drawing/verification*. Narasumber pada penelitian ini yaitu pemilik industri kreatif kerajinan blangkon di Serengan Surakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) pengelolaan tenaga kerja yang baik harus menetapkan beberapa aspek yaitu komitmen, berproduktifitas tinggi, berkompeten, dan iklim kerja yang kondusif. Untuk mencapai aspek-aspek tersebut dalam mengelola industri kreatif kerajinan blangkon adanya standar upah serta bonus terhadap tenaga kerja. 2) Beberapa cara yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pembuatan produk blangkon yaitu standar mutu dalam pembuatan blangkon, pengawasan dalam pembuatan, dan inovasi-inovasi dalam pembuatan blangkon untuk mengikuti target pasar sekarang. 3) Pengelolaan pemasaran yang baik di industri kerajinan blangkon dengan menetapkan beberapa aspek yaitu target pemasaran, strategi pemasaran, dan program dalam melakukan pemasaran produk blangkon.

Kata Kunci: pengelolaan, ketenagakerjaan, produk

Abstract

The purpose of this study is to describe the management of the creative industry for blangkon handicrafts in Serengan Surakarta. This type of research is a qualitative grounded theory. Data collection techniques used include: interviews, observation and documentation. To ensure the validity of the data, the researchers used triangulation. The data analysis technique uses data reduction, data display, conclusion drawing/verification. The resource persons in this study are the owners of the creative industry for blangkon handicrafts in Serengan Surakarta. The results of this study indicate that 1) good workforce management must determine several aspects, namely commitment, high productivity, competence, and a conducive work climate. To achieve these aspects in managing the creative industry of blangkon handicrafts, there are standard wages and bonuses for workers. 2) There are several ways to improve the quality of making blangkon products, namely quality standards in making blangkon, supervision in manufacturing, and innovations in making blangkon to follow the current target market. 3) Good marketing management in the blangkon craft industry by determining several aspects, namely marketing targets, marketing strategies, and programs in marketing blangkon products.

Keywords: management, employment, product

1. PENDAHULUAN

Industri kreatif merupakan salah satu bidang usaha yang sedang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia saat ini. Kementerian Perdagangan Indonesia mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang bersumber dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Bidang usaha ini banyak diminati karena memiliki pasar dan keuntungan yang cukup besar. Ekonomi adalah sistem yang berhubungan kegiatan manusia dalam memproduksi, mendistribusikan, pertukaran atau perdagangan, dan mengkonsumsi benda dan jasa yang diciptakannya. Kreatif berhubungan dengan kegiatan manusia yang dilandasi oleh sikap mental yang selalu ingin menghasilkan ide-ide baru yang didasari oleh sebuah konsep keindahan (Kamil, 2015). Industri kreatif di Indonesia telah menjadi bagian penting dalam pertumbuhan ekonominya. Industri kreatif telah menjadi satu pilar dalam membangun ekonomi nasional, karena mampu menciptakan sumber daya manusia yang berdaya saing di era globalisasi, sekaligus menyejahterakan masyarakat, yang membuatnya dipandang sangat strategis. Pesatnya pertumbuhan industri kreatif di Indonesia ini tidak lepas perkembangan media baru termasuk di dalamnya adalah media sosial. Saat ini media baru, khususnya media sosial telah menjadi sarana promosi dan komunikasi bagi industri kreatif tidak hanya kepada pasar (Rusdi & Sukendro, 2018).

Industri kreatif merupakan salah satu penunjang ekonomi masyarakat. Industri kreatif ini terbagi dari 14 sektor yaitu : periklanan, penerbitan dan percetakan. TV dan radio, film, video dan fotografi, musik, seni pertunjukan, arsitektur, desain, feysen, kerajinan, basar barang seni, permainan interaktif, layanan komputer dan prianti lunak, penelitian dan pengembangan. Dari 14 sub sektor yang ada pada industri kreatif, salah satunya yaitu industri kreatif kerajinan yang akan menjadi fokus dalam penelitian. Pengelolaan industri kreatif memberikan kontribusi besar pada kehidupan masyarakat yang berupa penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan dan pemberdayaan usaha kecil dan menengah.

Menurut Undang-undang No 72 tahun 2015 tentang Industri Kreatif istilah “Ekonomi Kreatif” mulai dikenal secara global sejak munculnya buku *“The Creative Economy: How People Make Money from Ideas”* (2001) oleh John Howkins. Howkins menyadari lahirnya gelombang ekonomi baru berbasis kreativitas setelah melihat pada tahun 1997 Amerika Serikat menghasilkan produk—produk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) senilai 414 Miliar Dollar. Howkins dengan ringkas mendefinisikan Ekonomi Kreatif, yaitu: *“The creation of value as a result of idea”*. Kegiatan ekonomi kreatif mengharuskan pelakunya untuk memanfaatkan waktu dengan menghasilkan ide demi kemajuan. Di Indonesia, salah satu strategi dalam pembangunan ekonomi dan industri yakni dengan pengembangan industri kreatif. Pengembangan industri kreatif sangat dibutuhkan dalam persaingan global karena memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, menciptakan iklim bisnis yang positif, membangun citra dan identitas bangsa, berbasis kepada sumber daya yang terbarukan, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa, serta memberikan dampak sosial yang positif. Data BPS mengenai perkembangan industri kreatif tahun 2013 menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa sektor ini memiliki kontribusi positif yang tidak kalah dibandingkan sektor lain. Industri kreatif tumbuh 5,76% atau di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,74%, dengan nilai tambah sebesar Rp 641,8 triliun atau menyumbang 7% dari PDB nasional. Penyerapan tenaga kerja mencapai angka 11,8 juta orang (10,7% dari angkatan kerja nasional), jumlah unit usaha mencapai angka 5,4 juta unit (9,7% dari total unit usaha), sedangkan aktivitas ekspor menyentuh Rp 118 triliun, yakni 5,7% dari total ekspor nasional. (*UUD RI No 72 Tahun 2015 Tentang Industri Kreatif*, 2015).

Salah satu upaya percepatan pertumbuhan ekonomi adalah melalui pengembangan ekonomi lokal (PEL) yang dapat didukung dengan penetrasi kegiatan sentra industri (Merdekawati et al., 2017). Dalam Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia tahun 2025 yang dirumuskan oleh Departemen Perdagangan RI dijelaskan adanya evolusi ekonomi kreatif. Berdasarkan dokumen rencana ini dapat diketahui bahwa adanya pergeseran dari era pertanian ke era industrialisasi lalu ke era informasi yang disertai dengan banyaknya penemuan di

bidang teknologi informasi dan komunikasi serta globalisasi ekonomi. Perkembangan industrialisasi menciptakan pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan efisien. Oleh karena itu, melalui pengelolaan industri kreatif dapat berkontribusi kepada wilayah diantaranya dapat mengembangkan potensi lokal yang dimiliki daerah serta mewujudkan perekonomian lokal yang mandiri dan berdaya saing tinggi.

Untuk memenangi persaingan yang ada pelaku industri kreatif dituntut untuk selalu meningkatkan kinerja dengan sumber daya yang dimiliki. Sumber daya manusia adalah aset terbesar perusahaan, dari pengalaman perusahaan, diketahui bahwa terdapat tiga unsur manusia yang mempengaruhi keberhasilan organisasi. Ketiga elemen adalah sebagai berikut : kesesuaian (*alignment*), kapabilitas (*capability*), dan keterikatan (*engagement*). yang kemudian lebih dikenal sebagai people equity. Ketiga unsur people equity akan berlaku optimal jika SDM organisasi memiliki perilaku yang benar dengan strategi organisasi (*alignment*), jika karyawan juga memiliki bakat, informasi dan sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan strategi (*capability*), dan jika mereka memiliki Keterlibatan dan komitmen yang tinggi dalam menyelesaikan pekerjaan mereka. Setiap organisasi seharusnya memiliki people equity yang mempengaruhi keberhasilan dari suatu organisasi (Merdekawati et al., 2017).

Kota Solo merupakan kota budaya yang memiliki beberapa pelaku usaha kerajinan dalam seni budaya dan hingga kini masih eksis memproduksi. Hal yang masih menjadi hambatan bagi UKM kerajinan seni budaya disini adalah kurangnya sarana promosi, sehingga mempersulit pengenalan produk kerajinan ke masyarakat. Sarana promosi yang digunakan saat ini hanya melalui media konvensional seperti brosur, pamflet dan lainnya. Kampung Potrojayan, Serengan, Solo dikenal sebagai industri kreatif sentra pembuatan blangkon. Ada sekitar 25 rumah di kampung tersebut yang memproduksi blangkon di bawah Paguyuban “Paguyuban Maju Utomo”. Keahlian membuat blangkon menurut warga didapatkan dari mbah joyo yang merupakan warga Baluwarti (Kawasan Keraton Kasunanan Surakarta) yang pindah ke Petrojayan pada Tahun 1970. Berbagai macam blangkon diproduksi di

kampung tersebut, yang paling banyak dipesan ialah blangkon Solo dan Yogyakarta.

Penerapan konsep industri kreatif kerajinan pada Industri Blangkon Serengan Surakarta dapat memberikan kontribusi pada beberapa aspek kehidupan masyarakat, baik dari sudut pandang ekonomi, wilayah maupun sosial budaya. Namun untuk menjadi sentra industri kreatif kerajinan, Industri Blangkon Serengan Surakarta harus memenuhi kriteria-kriteria sentra industri kreatif kerajinan yaitu terdiri dari: produk kreatif berbudaya, industri sejenis, sumber daya manusia kreatif, teknologi, sarana prasarana penunjang, sumber daya, arahan kawasan peruntukan industri, institusi, lembaga keuangan, ketersediaan pasar, aglomerasi industri, aksesibilitas, kerjasama dan pelayanan yang baik. Masing-masing kriteria tersebut memiliki kontribusi yang berbeda untuk meningkatkan perekonomian lokal. Untuk itu perlu diketahui urutan prioritas kriteria yang berkontribusi dalam penerapan sentra industri kreatif kerajinan. Aspek pemicu penting untuk dikaji pada usaha industri kreatif, salah satu di antara faktor pemicu tersebut adalah inovasi organisasi. Jika inovasi organisasi meningkat akan bisa meningkatkan people equity (Merdekawati et al., 2017). Dalam penelitian Raldianingrat & Wuryanti (2014) menyatakan bahwa pengaruh inovasi dalam pengembangan produk baru menunjukkan hasil positif dan tidak signifikan terhadap kinerja UKM, sedangkan inovasi produksi dan operasi, dan pemasaran menunjukkan hasil yang negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja UKM.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut pengelolaan apa saja yang harus dimiliki dan dilakukan Industri Kreatif Kerajinan Blangkon di Serengan Surakarta, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengelolaan Industri Kreatif Kerajinan Blangkon di Serengan Surakarta. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk : 1) Mendeskripsikan pengelolaan ketenagakerjaan di Industri Kreatif Kerajinan Blangkon Serengan Surakarta, 2) Mendeskripsikan usaha meningkatkan kualitas dalam pembuatan produk Kerajinan Blangkon di Serengan Surakarta, 3) Mendeskripsikan pengelolaan pemasaran hasil produk Kerajinan Blangkon di Desa Serengan Surakarta.

2. METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan desain pendekatan grounded theory. Penelitian ini dilaksanakan di Potrojayan RT 02/RW 06, Kelurahan Serengan, Kecamatan Serengan, Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah, dengan Kode Pos 57155. Waktu penelitian direncanakan bulan Mei 2021 sampai selesai.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini adalah pemilik industri kerajinan Blangkon yang berlokasi di kota Surakarta, tepatnya di Potrojayan RT 02/RW 06, Kelurahan Serengan, Kecamatan Serengan. Keabsahan data penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Dengan menggunakan analisis data menurut (Miles, Huberman, & Saldana., 2017) yaitu *data condensation, data display, verification/drawing conclusion*. Aspek yang dilakukan peneliti dalam menerapkan desain penelitian *Grounded Theory* adalah:

- a. Peneliti mengikuti prosedur analisis sistematis dalam sebagian besar pendekatan.
- b. Peneliti memasuki proses riset dengan membawa sedikit mungkin asumsi, peneliti tidak semata-mata bertujuan untuk menguraikan atau menjelaskan, tetapi mengonseptualisasikan. Peneliti berupaya keras untuk menghasilkan dan mengembangkan teori.
- c. Peneliti melakukan disiplin ilmu yang beracuan pada sosiologi, terutama mazhab interaksionisme simbolik.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif non statistik melalui triangulasi dan dilaksanakan secara terus menerus untuk dapat mencapai kelengkapan data yang mendukung penelitian sehingga data yang diperoleh akan semakin bervariasi. Analisis kualitatif dilaksanakan dalam tiga tahap yaitu sebelum penelitian, saat penelitian berlangsung, dan setelah penelitian dilaksanakan. Sebelum penelitian, peneliti melakukan analisis terhadap data hasil studi pendahuluan atau analisis terhadap data sekunder (Harsono, 2019). Analisis saat penelitian dilaksanakan dengan model analisis dengan aktivitas sebagai berikut:

2.1 Data Reduction

Peneliti harus mencari pokok-pokok atau merangkum data yang diperoleh untuk mendapatkan gambaran yang jelas. Oleh karena data penelitian cukup banyak, maka peneliti perlu untuk mencatat secara rinci dan teliti. Semakin banyak data yang dikumpulkan, maka data akan bersifat semakin kompleks dan rumit sehingga perlu kehati-hatian dalam melaksanakan proses analisis data.

2.2 Data Display

Tahap selanjutnya setelah reduksi data yaitu mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, proses display data dilaksanakan dengan memberikan narasi terkait dengan data-data yang diperoleh untuk memudahkan dalam memahami apa yang sebenarnya terjadi di lapangan.

2.3 Conclusion Drawing/Verification

Tahap ketiga yaitu menarik kesimpulan. Kesimpulan awal bersifat sementara dan dapat berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang valid dan menguatkan untuk mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi apabila kesimpulan tahap awal didukung oleh data-data yang valid dan konsisten pada saat peneliti melakukan pengecekan kembali terhadap data di lapangan, maka kesimpulan tersebut merupakan kesimpulan yang bersifat kredibel.

Langkah-langkah tersebut yang peneliti terapkan yang pada prinsipnya sesuai dengan desain penelitian yaitu *grounded theory*. Data yang didapatkan sebelumnya akan ditulis dalam verbatim wawancara yang kemudian dikoding, selanjutnya dipilih beberapa tema sebagai hasil temuan dan akan dilakukannya interpretasi data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Ketenagakerjaan Industri Kerajinan Blangkon

Pengelolaan tenaga kerja adalah upaya untuk meningkatkan kontribusi produktif tenaga kerja terhadap perusahaan yang dilakukan dengan berpegang pada prinsip dan melaksanakan fungsi administratif serta fungsi operasional. Dari definisi tersebut, teridentifikasi tujuan, prinsip dan fungsi utama pengelolaan tenaga kerja.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pengelolaan tenaga kerja yang baik di industri kerajinan blangkon harus menetapkan beberapa aspek yaitu komitmen, berproduktifitas tinggi, berkompeten, dan iklim kerja yang kondusif.

Tabel 1. Ketenagakerjaan Industri Kerajinan Blangkon.

Tema	Dokumentasi	Observasi	Wawancara
Ketenaga kerjaan Industri Kerajina n Blangko n	Kegiatan tenaga kerja dalam produksi blangkon, tenaga kerja memiliki tugasnya sendiri-sendiri ada yang mendapat bagian menggambar pola, mencetak, menjahit, dan packing.	Menetapkan tugas-tugas, yang dimaksud adalah setiap tenaga kerja di industri kerajinan blangkon mempunyai peran dan tugas yang berbeda- beda.	a. Meningkatkan kerja sama antar tenaga kerja dapat terciptanya iklim kerja yang kondusif. b. Standar upah terhadap tenaga kerja. c. Pengawasan terhadap tenaga kerja supaya meningkatkan komitmen dan berproduktifitas tinggi.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi diatas pengelolaan tenaga kerja industri kerajinan blangkon yang baik harus menerapkan beberapa aspek yaitu komitmen, berproduktifitas tinggi, berkompeten, dan iklim kerja yang kondusif. Untuk mencapai aspek-aspek tersebut dalam mengelola tenaga kerja harus adanya standart upah terhadap tenaga kerja serta ada bonus terhadap tenaga kerja yang giat dalam membuat blangkon.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ahmad Kamil yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan, upah pekerja (Standar Upah) dan kandungan input lokal memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja industri

kreatif Indonesia. Sedangkan rasio konsentrasi tidak ada konsekuensi tetapi memiliki koresi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja industri kreatif Indonesia (Kamil, 2015).

3.2 Peningkatan Kualitas Pembuatan Produk Kerajinan Blangkon

Peningkatan kualitas pembuatan produk dalam sebuah industri kerajinan sangat diperlukan untuk menunjang kemajuan dari industri kerajinan tersebut serta mengetahui kelemahan industri sehingga dapat segera diperbaiki untuk kemajuan serta perkembangan dalam suatu industri.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ada beberapa cara yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pembuatan produk blangkon yaitu standar mutu dalam pembuatan blangkon, pengawasan dalam pembuatan, dan inovasi-inovasi dalam pembuatan blangkon untuk mengikuti target pasar sekarang. Serta adanya jenis-jenis blangkon yang sudah menjadi pakem di industri kerajinan blangkon di Serengan yaitu blangkon halus, blangkon setengah halus, dan blangkon biasa. Beberapa inovasi yang telah dibuat di industri kreatif kerajinan blangkon di Serengan diantaranya blangkon sliwir dibelakang yang masih menggunakan pakem blangkon dan kombinasi model blangkon Jogja Solo.

Tabel 2. Peningkatan Kualitas Pembuatan Produk Kerajinan Blangkon

Tema	Dokumentasi	Observasi	Wawancara
Peningkatan Kualitas Pembuatan Produk Kerajinan Blangkon	Hasil pembuatan memiliki tingkatan dan kualitas yang berbeda-beda, ada blangkon halus, balngkon setengah halus, blangkon biasa, serta blangkon inovasi yaitu blangkon sliwiir	Mengamati keberadaan blangkon pada industri kreatif saat ini, melakukan evaluasi dalam pelaksanaan usaha, teliti dalam pembuatan blangkon agar	a. Bahan yang sudah menjadi pakem dalam pembuatan blangkon. b. Standar mutu dalam pembuatan dilakukan melalui pengawasan yang ketat. c. Inovasi-inovasi dalam pembuatan blangkon untuk

		kualitas tetap terjaga, menerima setiap kritik dan saran dari pembeli.	mengikuti target pasar.
--	--	--	-------------------------

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas pembuatan produk blangkon sangat penting karena dapat menunjang keberhasilan dan kemajuan dari industri kreatif kerajinan blangkon. Beberapa cara yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pembuatan produk blangkon yaitu standar mutu dalam pembuatan blangkon, pengawasan dalam pembuatan, dan inovasi-inovasi dalam pembuatan blangkon untuk mengikuti target pasar sekarang.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Aisyah Nurul Fitriana yang menyatakan bahwa Kreativitas pelaku industri mampu meningkatkan hasil produk yang lebih berinovasi. Kreativitas pelaku industri dapat ditingkatkan melalui pelatihan, pembekalan/pembinaan, serta monitoring yang dilakukan oleh Dinas Koperindag Kota Batu. Faktor pendukung dari pengembangan industri kreatif ini meliputi peran Dinas Koperindag Kota Batu, kualitas Sumber Daya Manusia, dan potensi Kota Batu. Terdapat beberapa faktor penghambat juga seperti kurangnya akses permodalan, terbatasnya bahan baku berkualitas dan rendahnya sarana prasarana pemasaran. Pengembangan Industri Kreatif diharapkan dapat sesuai dengan Renstra dari Dinas Koperindag serta mampu memberikan dan meningkatkan pelatihan serta penyuluhan yang bermanfaat bagi pelaku industri dalam mengembangkan usaha industrinya (Fitriana, 2014).

3.3 Pemasaran Hasil Produk Kerajinan Blangkon

Pemasaran adalah suatu kegiatan melaksanakan sebuah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan industri kreatif kerajinan blangkon.

Pengelolaan pemasaran yang baik di industri kerajinan blangkon dengan menetapkan beberapa aspek yaitu target pemasaran, strategi pemasaran, dan program dalam melakukan pemasaran produk blangkon. Mengkombinasikan aspek-aspek tersebut, maka dapat juga disebut dengan promosi penjualan yang merupakan kegiatan untuk meningkatkan perhatian konsumen terhadap produk blangkon, sekaligus memotivasi konsumen untuk membeli produk blangkon serta menjaga budaya jawa agar tetap ada tidak hilang termakan jaman. Program industri kreatif kerajinan blangkon dalam memasarkan produk blangkon yang akan dilaksanakan dan dikembangkan oleh penjual langsung melalui jaringan pemasaran dengan bentuk penjualan langsung secara satu tingkat (*Single Level Marketing*) atau penjualan langsung secara multi tingkat (*Multi Level Marketing*). Dengan adanya program pemasaran ini diharapkan setiap penjualan memiliki arah yang jelas. Sehingga akan meminimalisir kerugian baik itu bagi pengrajin, distributor, dan konsumen.

Tabel 3. Pemasaran Hasil Produk Kerajinan Blangkon

Tema	Dokumentasi	Observasi	Wawancara
Pemasaran Hasil Produk Kerajinan Blangkon	Pemasaran blangkon untuk masyarakat umum di tempat wisata yang biasanya untuk cendera mata, kalo untuk upacara adat di pasarkan keperias-perias dan juga ke toko-toko pasar klewer pasar bringharjo yang biasanya digunakan untuk manten, kalo	Strategi pemasaran yang dilakukan dulu dengan mendatangi toko-toko tempat wisata dan pasar untuk menawarkan produk blangkon, tapi untuk saat ini sudah	a. Menentukan target pemasaran produk blangkon. b. Merencanakan strategi pemasaran dan melakukan program pemasaran c. Menjaga produk kerajinan blangkon sebagai identitas budaya jawa. d. Merencanakan pengembangan pemasaran melalui sosial media.

	cendera mata ke malioboro, borobudur, prambanan.”	mendapat pelanggan tetap jadi menunggu pesanan pelanggan yang sudah ada kadang pelanggan baru juga banyak berdatangan.	
--	--	--	--

Berdasarkan pernyataan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pengelolaan pemasaran hasil produk kerajinan blangkon sangat penting karena dapat menunjang keberlangsungan industri kreatif kerajinan blangkon dan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan industri kerajinan blangkon. Pengelolaan pemasaran yang baik di industri kerajinan blangkon dengan menetapkan beberapa aspek yaitu target pemasaran, strategi pemasaran, dan program dalam melakukan pemasaran produk blangkon.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Lisa Indrawati yang menyatakan bahwa Pemasaran kerajinan blangkon di Kampung Bugisan dilakukan dengan menjual di Pasar Beringharjo, dan dengan media online. Dampak positif adanya usaha Blangkon di Kampung Bugisan adalah terciptanya lapangan pekerjaan, menyerap tenaga kerja, munculnya pengrajin baru, dan meningkatkan penghasilan. Namun juga ada aspek lain yang kiranya menjadi tantangan bagi para pegiat industri kerajinan Blangkon, adalah menciptakan persaingan semakin ketat dan mengubah gaya hidup masyarakat (Indrawati, 2019).

4. PENUTUP

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan yang sudah diuraikan oleh peneliti maka dapat diambil kesimpulan bahwa : Dalam pengelolaan tenaga kerja

industri kerajinan blangkon yang baik harus menetapkan beberapa aspek yaitu komitmen, berproduktifitas tinggi, berkompeten, dan iklim kerja yang kondusif. Supaya dapat meningkatkan kontribusi produktif tenaga kerja terhadap industri kreatif kerajinan blangkon. Untuk mencapai aspek-aspek tersebut dalam mengelola industri kreatif kerajinan blangkon adanya standar upah serta bonus terhadap tenaga kerja. Standar upah di industri kreatif kerajinan blangkon adalah upah berdasarkan hasil satuan, adalah ditentukan sesuai dengan hasil kerja yang disepakati antara tenaga kerja dan pemilik kerajinan blangkon. Penetapan upah borongan berdasarkan hasil kesepakatan bersama antar pemilik industri kerajinan blangkon dengan mempertimbangkan harga penjualan blangkon. Upah dapat dibayarkan setiap minggu atau setiap dua minggu, upah juga ditetapkan dan dibayar berdasarkan tarif per satuan. Peningkatan kualitas pembuatan produk blangkon sangat diperlukan untuk menunjang keberhasilan serta kemajuan dari industri kerajinan blangkon. Beberapa cara yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pembuatan produk blangkon yaitu standar mutu dalam pembuatan blangkon, pengawasan dalam pembuatan, dan inovasi-inovasi dalam pembuatan blangkon untuk mengikuti target pasar sekarang. Pengelolaan pemasaran hasil produk kerajinan blangkon sangat penting karena dapat menunjang keberlangsungan industri kreatif kerajinan blangkon dan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan industri kerajinan blangkon. Pengelolaan pemasaran yang baik di industri kerajinan blangkon dengan menetapkan beberapa aspek yaitu target pemasaran, strategi pemasaran, dan program dalam melakukan pemasaran produk blangkon. Hal terpenting dalam mengorganisir, melaksanakan, dan mengedalikan usaha pemasaran dengan menyelaraskan harga penjualan produk blangkon antar sesama pengrajin blangkon yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Birks, M., & Mills, J. (2015). *Grounded theory: A practical guide* (2nd ed.). Los Angeles, CA: Sage
- Fitriana, A. N. (2014). *Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Batu* (Studi Tentang

- Industri Kreatif Sektor Kerajinan Di Kota Batu). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 2(2), 281–286.
- Harsono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan: Untuk Pemula. Sukoharjo: Gumpang Agung III.
- Indrawati, L. (2019). Pengelolaan Sentra Industri Kerajinan Blangkon Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Sosial Di Bugisan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 2(2), 319–338. <https://doi.org/10.14421/jpm.2018.022-06>
- Kamil, A. (2015). Industri Kreatif Indonesia: Pendekatan Analisis Kinerja Industri. *Media Trend*, 10(2), 207–225.
- Merdekawati, A. Z. H., Soedwihajono, S., & Putri, R. A. (2017). Kesesuaian Sentra Industri Batik Masaran Kabupaten Sragen Sebagai Sentra Industri Kreatif Kerajinan. *Region: Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Perencanaan Partisipatif*, 7(2), 59. <https://doi.org/10.20961/region.v7i2.11574>
- Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor : 72/M-IND/PER/9/2015 (2015). Peta Panduan Pengembang Pusat Pengembangan Industri Kreatif. Bali
- Purwanto, E., Utomo, B., & Widyaningsih, P. (2019). Induksi Teknologi pada Industri Kreatif Kampung Sentra Blangkon: Promosi, Pengelolaan Pemesanan dan Penjualan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 2(2), 15–20. <https://doi.org/10.30591/japhb.v2i2.1464>
- Raldianingrat, W., & Wuryanti. (2014). Upaya Peningkatan Kinerja Industri Kreatif Kerajinan Melalui People Equity Dan Strategi Inovasi Di Kabupaten Konawe. *Ekobis*, 15(2), 102–112. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ekobis/article/viewFile/566/468>
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian. Bandung: CV Alfabeta.